

Fusão entre Continente e Modelo

CONTINENTE
modelo

CONTINENTE
bom dia

Substitui

Modelo

Modelo
Bonjour

Continente Bom Dia e Continente Modelo

A marca de distribuição em que os portugueses mais confiam!

Foi a primeira cadeia de hipermercados em Portugal e permanece como a referência no sector de retalho alimentar do país. Em 1985 quando abrimos o primeiro hipermercado e revolucionámos os hábitos de consumo, tínhamos como objectivo criar uma marca que respondesse a todas as necessidades dos nossos clientes. Queremos continuar a ser uma referência nacional, disponibilizando uma oferta ainda mais diversificada, os melhores produtos aos melhores preços e um serviço mais próximo dos nossos clientes.

Em 2011 ampliámos a nossa marca e criámos o **Continente Bom Dia** que é sinónimo de Supermercado(s) de conveniência, com cerca de 800m², vocacionado(s) para as compras mais frequentes do dia-a-dia e o **Continente Modelo**, hipermercados de proximidade, com uma área de cerca de 2000m², presentes nos centros populacionais de média dimensão.

O percurso sólido ao longo destes anos, pontuado por iniciativas promocionais e sociais de forte impacto e inovação, distingue a cadeia pela confiança e empatia que granjeou junto da população.

<http://www.sonae.pt/pt/marcas/continente-bom-dia/>

Sonae aumenta valor do Continente com extinção da marca Modelo

A Sonae MC, detentora das cadeias de retalho alimentar Modelo e Continente, vai passar a concentrar esforços nesta última extinguindo oficialmente a marca Modelo, que existia desde 1989. Miguel Osório, administrador de marketing da Sonae, explica que a fusão das duas marcas, que resulta de um investimento de mais de 10 milhões de euros, "significa o nascimento de um novo Continente, com maior e melhor capacidade de resposta às necessidades dos consumidores, pelo que o valor desta marca vai ser agora consideravelmente superior à soma dos valores das duas marcas".

O projecto de extinção da insígnia Modelo, que está em curso há mais de um ano, implicou, segundo a Sonae, a maior mudança de sempre, no menor espaço de tempo, uma vez que tiveram de ser feitas visitas às diversas lojas do grupo, de modo a produzir fardamentos, letras para as fachadas e interiores das unidades, entre outras. "A oportunidade que surge agora para o Continente é o de somar à sua história,

Vera Valadeiro n.º 20


16/02

"Fusão entre Continente e Móbilo"

Vera Lúcia Rodrigues Valadeiro, n.º 20

Eu enquanto consumidora, acho que foi uma boa estratégia da Sonae fazer a fusão entre o Continente com o Móbilo.

Do meu ponto de vista o Continente é uma marca, mais conhecida e melhor estabelecida no mercado, em comparação com o Móbilo, mas por sua vez, este tem uma série de lojas melhor centralizadas para algumas populações, tendo lojas tipo mini-mercados, e supermercados, enquanto que o Continente, era uma grande superfície "hipermercado", logo penso que a decisão de se juntarem as duas foi uma decisão muito inteligente, fazendo assim com que agora o Continente esteja mais perto de toda a gente, também relativamente a preços e promoções o Continente era mais vantajoso, logo com isto também os clientes saem a ganhar com esta fusão, podendo agora beneficiar dessas regalias nas antigas lojas Móbilo.

Relativamente a custos, acho que a Sonae também sai a ganhar, porque deverá ser mais económico divulgar uma só marca em vez de duas.

Em relação ao mercado o Continente também terá os seus benefícios, fazendo uma marca ainda mais estável e melhor colocada no mercado, aumentando assim as suas vendas e a sua popularidade, perante os consumidores.

Avaliação do Hipermercado

| CrITÉrios de Avaliação | +1 | 0 | -1 | Observações |
|------------------------|----|---|----|-------------|
| Preços | | X | | |
| Produtos de marca | | X | | |
| Produtos continente | | X | | |
| Comunicação | | | | |
| Logotipo | | X | | |
| Publicidade | | X | | |
| Promoções | | X | | |
| Outras Acções | | X | | |
| Vales de desconto | | X | | |
| Produtos | | | | |
| Variedade | | X | | |
| disposição | | X | | |
| Diferenciação | | X | | |
| Espaço | | | | |
| Animação | | X | | |
| Cor | | X | | |
| Arrumação | | X | | |
| Som | | X | | |
| Cheiro | | X | | |

"Fusão entre Continente e Rádolo"

No dia 18/03/2018, fizemos uma visita ao Continente do Colombo, a fim de verificarmos, qualquer alteração ou promoção, ou qualquer diferença no estabelecimento a propósito da sua fusão com o Rádolo.

Não sendo eu, cliente habitual do Continente, posso dizer que pareceu-me tudo na mesma.

Além das cartazes que se vêem na rua, ou na televisão, não vi mais nada de diferente lá dentro.

Havia as habituais promoções, com desconto no cartão, e pouco mais.

O logotipo continua o mesmo, as cores também, a disposição do hipermercado continua a mesma, e em relação aos preços penso que continua basicamente tudo igual, não tendo eu muito conhecimento de causa.

talvez nas lojas Rádolo, se verifiquei bastantes diferenças, já que mudaram de nome e com isso esperamos que tenham mudado preços, promoções, ficando assim mais adaptado a nova marca, com o Continente.

Acho que teriam a ganhar se tentassem chamar a atenção dos clientes no continente, mas no meu ver não vi nada de especial.

Relativamente ao nosso percurso, até lá chegarmos, tendo eu ido de carro, vimos cerca de 20 painéis de publicidade do Continente, e dentro do Centro Comercial também havia muita publicidade.